

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *NEW ROMANCE*  
*PUB & RESTO* DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN**  
(Studi Pada Bagian *Marketing New Romance Pub & Resto* Prigen - Jawa Timur)

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Strata – 1



*Disusun Oleh :*

DINY ISWAHYUDI  
201210040311282

*Dosen Pembimbing :*

1 Sugeng Winarno , M A  
2 Isnani Dzuhrina , M.Adv

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2016

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Diny Iswahyudi  
NIM : 201210040311282  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran *New Romance Pub&Resto* Dalam Mempertahankan Pelanggan (Studi Pada Bagian *Marketing New Romance Pub & Resto* Prigen – Jawa Timur)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

dan dinyatakan LULUS

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 27 Oktober 2016

Tempat : Ruang 611

Mengesahkan,

Dekan FISIP UMM

Dr. Asep Nurjaman, M.Si

Dosen penguji :

1. M. Himawan Sutanto, M.Si
2. Arum Martikasari, M. Med.kom
3. Sugeng Winarno, M.A
4. Isnani Dzuhrina, M.Adv



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Alhamdulillah, dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran *New Romance Pub&Resto* Dalam MempertahankanPelanggan (Studi Pada Bagian *Marketing New Romance Pub & Resto Prigen – Jawa Timur*)”**

Tujuan utama penulisan skripsi ini adalah memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih atas bimbingan, bantuan serta dorongan dari segala pihak.Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan peneliti kesehatan yang akhirnya bias menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tidak ada hambatan sekalipun.
2. Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Bambang Dwi Wahyudi dan Ibunda Peny yang telah memberikan do'a dan restu, serta dorongan baik materil maupun spiritual, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
3. Bapak Drs. Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Dr. Asep Nurjaman, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammdiyah Malang.
5. Bapak Sugeng Winarno, MA, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak Sugeng Winarno, M.A selaku Dosen pembimbing I dan Ibu Isnani Dzuhrina, M.Adv selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih telah memberikan ijin kepada peneliti untuk mengadakan penelitian dan bimbingan arahan yang tiada hentinya untuk menyusun skripsi ini.
7. Seluruh dosen pengajar dan staf pegawai dilingkungan Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan selama ini kepada peneliti sebelum menyusun skripsi.
8. Saudara Perempuan saya (Widy Iswahyudi) dan Saudara Laki – laki saya (Randy Tri Wahyudi) yang tersayang atas segala do'a, dukungan, motivasi serta saran yang membangun yang selalu diberikan kepada peneliti.
9. Terima kasih yang paling mendalam kepada Prima Perdana S.H yang telah memberi suport yang tak terhingga sehingga peneliti terus berambisi menyelesaikan karya ilmiah tulis ini .
10. Kepada 2 informan penelitian Bapak Moenif selaku Entertaint Manager dan Bapak Alfian selaku Marketing Event New Romance Pub&Resto yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam melengkapi

data-data yang dibutuhkan dan bersedia dengan hati yang lapang untuk melakukan proses wawancara bersama peneliti.

11. Sahabat Sahabat Seperjuangan, Shinta Amalia F, Yuliandini S, Mrite Alfinnatus S, Devy Nurwiyanti, Sisca Dwi R dan teman teman ikom E angkatan 2012 terima kasih atas *support*, do'a, dan waktunya yang telah diberikan kepada peneliti.
12. Teman – teman Next Cheetozz band yang telah menemani dan memberi suport selama penelitian yang bertempat di New Romance Pub&Resto

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun peneliti telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat peneliti harapkan. Akhirnya dengan segala kerendahan hati peneliti berharap semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikumWr. Wb



## DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Lembar Persetujuan .....	i
Lembar pengesahan .....	ii
Pernyataan orisinilitas .....	iii
Abstrak .....	iv
Kata Pengantar .....	vi
Berita Acara Bimbingan Skripsi .....	viii
Daftar Isi .....	ix
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1. Manfaat Akademis .....	6
2. Manfaat Praktis .....	6
 BAB II LANDASAN TEORI .....	 8
2.1 Pengertian Komunikasi .....	8
2.2 Elemen – elemen komunikasi .....	9
2.3 Fungsi Komunikasi .....	11
2.4 Tujuan Komunikasi .....	12
2.5 Komunikasi pemasaran .....	13
2.6 Proses komunikasi pemasaran .....	14
2.7 Tujuan komunikasi pemasaran .....	20
2.8 Bauran pemasaran .....	22
2.9 Komunikasi pemasaran yang efektif .....	25
2.10 Strategi pemasaran .....	28
2.11 Strategi promosi .....	30
2.12 Tujuan promosi .....	31
2.13 Strategi pemilihan media .....	33
2.14 Konsumen .....	34
2.15 Upaya meningkatkan konsumen .....	36
 BAB III METODE PENELITIAN .....	 38
3.1 Pendekatan penelitian .....	38
3.2 Jenis Penelitian .....	38
3.3 Tempat Dan Waktu Penelitian .....	39
3.4 Informan penelitian .....	39
3.5 Teknik pengumpulan data .....	40

3.6 Teknik Analisis data .....	41
3.7 Teknik keabsahan data .....	42
<b>BAB IV DESKRIPSI NEW ROMANCE PUB&amp;RESTO .....</b>	<b>43</b>
4.1 Sejarah New Romance Pub&Resto .....	43
4.2 Fasilitas New Romance Pub&Resto .....	45
4.3 Struktur Organisasi .....	47
4.4 Filosofi logo .....	48
4.5 Aktivitas pemasaran .....	49
4.6 Visi dan Misi .....	50
4.7 Aturan Kerja Karyawan .....	50
<b>BAB V SAJIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>51</b>
5.1 Subjek penelitian .....	51
5.2 Sajian data .....	53
5.2.1 product .....	53
5.2.2 price .....	56
5.2.3 place .....	59
5.2.4 promotion .....	60
5.3 Pembahasan .....	78
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
6.1 Kesimpulan .....	88
6.2 Saran .....	89
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>91</b>
<b>Lampiran</b>	

## DAFTAR BAGAN

2.1 Unsur yang membentuk proses komunikasi .....	11
2.2 Proses Komunikasi Pemasaran .....	15
2.3 Program Komunikasi Pemasaran .....	16
4.5 Struktur Organisasi New Romance Pub&Resto .....	48



## DAFTAR GAMBAR

4.1 Pintu masuk New Romance Pub&Resto .....	43
4.2 Bar New Romance Pub&Resto .....	45
4.3 Private room New Romance Pub&Resto .....	46
4.4 DJ Set New Romance Pub&Resto .....	46
4.6 Logo New Romance Pub&Resto .....	48
5.7 Periklanan New Romance Pub&Resto .....	67
5.8 Personall Selling New Romance Pub&Resto .....	69
5.9 Action Plann .....	72
5.10 Pemasangan property sponsor .....	73





## Daftar Pustaka

### Buku :

- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Churchill, Gilbert A. 2005. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 2. Terj Andrianti Jakarta: Erlangga.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Fissafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bhakti.
- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi: Pendekatan Praktis Penulisan dan Laporan Penelitian*.
- Hermawan, Agus. 2002. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kennedy, John. E dan Soemanagara R Dermawan. 2006. *Marketing Communication: Tak tik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsio-Prinsip Pemasaran*. Terj Afia R.Fitriati Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- \_\_\_\_\_, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi keduabelas, cetakan ketiga, Terj Afia R Fitriati Penerbit Indeks.
- Moeloeng, J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cetakan ke duapuluhdua, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mowen C. John dan Minor Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Terj Lina Salim Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Shimp, A Terance. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu: dalam Periklanan dan Promosi*, Edisi 8. Terj Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Salemba 4.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Caps.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*, Edisi 1. Jogjakarta: Andi.

\_\_\_\_\_. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi.

